



新京报制图/鲁嘉

跨越抑或重生

Overcome Or Rebirth

新京报主办2012中国汽车影响力论坛,12位主流车企高管齐聚畅言

B11-B14·影响力论坛

一周谈

北京车展折射国内车企不成熟

两年一次的北京车展上周在顺义开幕,官方消息显示,本次北京车展共展出车辆1125辆,全球首发车120辆,均创历史纪录,此外展出面积也创纪录。北京车展已成世界最大车展,与国际五大A级车展平起平坐……类似的声音开始出现在媒体上。

如果仅从首发车数量、跨国企业的重视程度和参观人数来看,北京车展当之无愧应成为世界最大的车展。不过,一方面北

京车展逐渐被国内外认可为全球最重要的车展之一,另一方面国内的汽车企业却没有显示出相应的国际化参展水平,很多汽车企业依然在用以往参加汽车展销会的方式参加国内车展。

现在的北京车展已经比以往几年安静多了,但仍有些汽车企业把展台的音响开到最大,甚至不顾旁边正在开发布会的邻居。音响里放出的巨大声响和拥挤的看车人群让人心烦意乱,

无心认真看车。

一项网络调查发现,去看车展的观众中有超过五成是去看车模的。车模,绝对是车展的一大特色。倒不是说国外车展没有车模,但中国车展车模数量之多、穿着之暴露,恐怕无“展”能及。甚至一些媒体也看到了这个“人气定律”,借用某些缺少底线的做法博得观众的眼球。一些知名车模确实会引起围观,但那些真正想好好看看汽

车的人,却根本就靠近不了他想看的车。不能理解,在汽车企业眼里,真的就是人越多越好吗?

去年底的东京车展给记者留下了深刻的印象,丰田汽车在巨大的展台上只展出了五六款全球首发车,其他市售车型一款都没出现,当然也没有模特,其他品牌的情况也类似,汽车厂商联手展出的是最先进的技术和理念。中国的车展毕竟更多为销售而生,中国的汽车企业恨不

得把每一款车、每一款车的不同排量、不同配置都摆在展台上,自主品牌的展台都比较拥挤,因为他们把所有车都放展台上。

北京车展毕竟是中国最顶级的车展,但与国际最顶级的五大A级车展相比,中国汽车企业要走的路还很长,还要积累国际化经验。待北京车展真正成为全球最顶级车展之日,也是中国汽车真正在世界上立足、中国汽车市场成熟之日。 □谢涛